

Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 90 (1996)
Heft: 4

Artikel: Wenn Televangelisten die "Ware Gott" verkaufen...
Autor: Meuer, Gerd
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-143969>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wenn Televangelisten die «Ware Gott» verkaufen...

Gerd Meuer setzt im folgenden seine Berichte aus den USA fort (vgl. NW 1995, S. 26ff., 58ff.). Er schildert, wie der scheinbar so allmächtige Gott der US-Evangelikalen zum elenden Verkaufsartikel an den Bildschirmen verkommt. Der Verfasser arbeitete viele Jahre bei der Deutschen Welle als Verantwortlicher für Afrika. Er lebt heute als freier Journalist in Texas.

Red.

Arme-Leute-Prediger...

Ich bekenne: Ich bin Masochist! Wann immer ich mich im heimischen Bellaire, Texas, abendlich dazu durchringen kann, doch einmal das Fernsehgerät einzuschalten, dann schalte ich auf Kanal 5 oder 11. Nein, da läuft keine der allgegenwärtigen Sport-, Verbrechens- oder Comedy-Sendungen. Auf beiden Kanälen produzieren sich meine beliebtesten Unterhaltungskünstler, die Televangelisten, die *Fernsehprediger*. Und ganz so wie andere Fernsehzuschauer zappe ich hin und her, von Kanal 5 zu Kanal 11 und wieder zurück, hin und her zwischen zwei ganz unterschiedlichen Welten. Denn auf Kanal 11, da sind die Arme-Leute-Prediger zuhause. Auf Kanal 5 hingegen tummeln sich die Arrivierten. Das will erklärt sein. Beginnen wir also mit Kanal 11.

Dieser Kanal nennt wohl nur irgendeine Hinterhofgarage sein eigen. Irgendeine mietgünstige Bude in einer endlosen Hallenreihe – zwischen Autowerkstätten und Läden für Zweithandkleidung. Die Sperrholzzelle hat man wohl in ein Fernsehstudio umgewandelt. Gerade mal so ein angedeutetes Podium, ein Vortragspult, beidseits mit Papierblumen geschmückt. Die Gemeinde sitzt auf billigsten Plastikklappstühlen.

Die weissen und schwarzen Prediger kommen im Strassenanzug oder auch mal im Holzfällerhemd daher. Offensichtlich arbeitet man nur mit einem Saalmikro-

phon; der Ton ist meist miserabel. Und weil man sich offensichtlich mit einer einzigen Kamera behilft, läuft der Prediger auch schon mal aus dem Bild. Doch die Show ist unterhaltsam, weil die Prediger nicht selten *proletarisch-roh*, witzig sind. Christentum wie in den Anfängen, ist man versucht zu meinen.

... und Religion vom Feinsten

Ganz anders auf Kanal 5. Da läuft allabendlich und landesweit – ja sogar über die Kontinente verteilt, wie man mir stolz mitteilt – über Satellit Religion vom Feinsten ab; da stimmt technisch und ausstattungsmässig alles, da ist *Hightech-Religion*.

Ein Hallenstudio von der Dimension einer Basketballhalle mit vermutlich mehreren zehntausend Plätzen. Eine riesige, mehrfach gegliederte Bühne, mit allem Kitsch, den die Ausstatter von Hollywood-Ballet-Shows, Musicals, Einkaufstempeln anzubieten haben. Eine Mischung aus «Land des Lächelns», «Guys and Dolls», Neuschwanstein, Gelsenkirchner Barock.

Das Ganze raffiniert ausgeleuchtet, mit fahrenden Scheinwerfern und Laserlichtern, die den Saal bestreichen. Der Ton perfekt, weil alle Akteure mit Hightech-Minimikrofonen bestückt sind. Eine Schar von Kameras, die nicht nur die Akteure auf der Bühne, sondern auch das stets *verzückt abgelichtete Publikum einfangen*. «The greatest show on earth», «diesseits von Eden», möchte man sagen.

Vor allem bemerkenswert aber sind die Akteure oder besser drei Gruppen von Akteuren: einmal die eigentlichen Stars, die *Televangelisten*, dann ihre «Zeugen», und schliesslich das nie endende Reservoir der «wiedergeborenen» Sänger, der Country-, Western- und Gospel-Sänger. «Religious Music» ist «big business» in den USA, und clevere Sänger haben sowohl das säkulare als auch das weltliche Repertoire drauf oder wechseln im Verlauf ihrer Karriere auch schon einmal vom einen zum anderen Fach hin und her. Mehrfache «Wiedergeburt» liegt durchaus drin.

«Dreieinigkeits-Fernsehen»

Fürs spendende Publikum bietet «Trinity Broadcasting» – also das «Dreieinigkeits-Fernsehen» – von allem etwas, was die Charaktere angeht. Nur in ihren kunstvollen Operettenfrisuren unterscheiden sie sich nicht; sie alle sehen aus, als seien sie geradewegs aus einem Friseursalon für Zuhälter-cum-Mafiosi gekommen. Feinste Toupets für die Herren, gewagteste Löckchenkreationen für die Damen, aber auch für die meist feisten Country-Sänger.

Ober-Wiedertäufer im «Drei-Einigkeits-Fernsehen» ist ein guterhaltener Mitfünfziger mit deutschem Namen. Sein grau meliertes Haar ist kunstvoll mit Pomade verklebt. Sein Teint verrät, dass er vor seinem Auftritt in der Fernseh-Operetten-Kirche wohl täglich das kircheneigene Fitness-cum-Bräunungs-Studio besucht. Und übers Jahr unterhält er sein Publikum mit einer Vielfalt an Phantasie-Uniformen, ja, so muss man sie wohl nennen. Mal kommt er als Western-Stenz daher mit grellweissem Jackett und aufgesetzten dunklen Schulterklappen, Cowboy-Hemd und Halskordel. Das nächste Mal im bunten Hawai-Hemd oder auch im karnevalistisch-bunten Smoking.

Stets tritt er in Begleitung von *Madame* auf, einer rüstigen Endfünfzigerin, vermutlich – nein, so sicher wie das sprichwörtliche Amen in der Kirche, wie meine Nachbarinnen – ein halbes Dutzend Male geliftet, ihre Rundlichkeit in enge, wippende

Flimmerkleidchen gezwängt, die eigentlich nur aus dem Fundus einer Hollywood-Puff-Mutter stammen können.

Auch sie macht wohl das Glück eines Friseurs, da ihre echt-falschen, bis zum molligen Po reichenden silberhaarigen Engelslöckchen stets in einem weiten Fall makellos gedreht sind. Sie sitzt die meiste Zeit mit halboffenem Mund auf der Talkshow-Kirchen-Bank, stösst nur ab und an ein verzücktes «Amen» oder «Praise the Lord» aus, oder applaudiert den jeweils «Zeugnis ablegenden Wiedergeborenen», wobei es ihr nie ganz gelingt, ihren vermutlich aus einem Wohnwagen-Ghetto stammenden Unterklassen-Slang zu übertünchen.

Doch seit sie und ihr Gatte es in die lichten Höhen der televangelikalen Satellitenhimmel geschafft haben, transpiriert sie auch dann nicht, wenn die wiedergeborene Operetten-Mannschaft sich mit ihr als Leitschaf einmal aus dem klimatisierten Studio ins «volle Leben» begibt.

Beglückungsreise durch Indiodörfer

Das tun die Fernseh-Prediger nicht etwa in die Tiefen der angsterregenden kaputten amerikanischen Innenstadt-Ghettos von New York, Atlanta oder Los Angeles. Diese – nahe – Wirklichkeit würde den amerikanischen Fernsehtraum nun doch allzu deutlich widerlegen.

Deshalb sucht man sich für die gelegentlichen Ausflüge aus dem Studio stets die sogenannte *Dritte Welt* aus, bevorzugt das nahe Lateinamerika, am liebsten *Mexiko* gleich «next door».

Nicht ungleich deutschen Entwicklungshilfeministern und ihrem Tross fällt dann die televangelikale Gemeinde – begleitet vom hauseigenen Fernsehteam – mit ihren klimatisierten japanischen Luxus-Geländewagen in irgendein armes Indiodorf ein. Madame, die sich wohl bei einem «colonial outfitter» eingedeckt hat – als gehe sie aus einem Nairobi-Hotel auf Elefantenjagd – rollt sich im Tropenanzug aus dem Gefährt und beginnt sogleich über verstörte Indianerkinder herzufallen, d.h. sie zu Herzen.

Dienstbare Geister reichen hundertzehn Plastikküppchen aus dem Wagen, die an rotznäsige Indios verteilt werden. Der Herrgott wird in Englisch und einigen Brocken Spanisch bemüht. Dann geht die Reise rasch wie bei amerikanischen Touristen üblich – wundersamerweise unverknittert und unverschwitz – weiter zum nächsten Indiodorf.

Wenig später wird die stets perfekt abgedrehte Beglückungsreise in der Mammut-Basketballhallen-Kirche auf mehrere Grossbildwände projiziert und die Gemeinde der verzückten Zuschauer klatscht Beifall; zumal wenn ein des Englischen mächtiger Indio-Zeuge auch noch leibhaftig bekundet, wie just diese Kirche seinen Landsleuten endlich die «Frohe Botschaft» gebracht habe.

«Selling God»

Und so allabendlich, 365 Tage im Jahr. Ich «zieh's» mir immer wieder mal rein. Warum, wofür? Als aktuellsten Beweis dafür, dass in den USA Gott eine «Ware wie so viele andere auch» ist.

Die televangelikale Darbietung der *Ware*

Gott ist eben nur die jüngste, modernste Form der marktkonformen Verkündigung, wenn ich dem Religionssoziologen Laurence Moore von der Universität Cornell glauben darf. Der hat ein Buch geschrieben mit dem bezeichnenden Titel «Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture» (Gott verkaufen: Amerikanische Religion auf dem Marktplatz der Kultur). Das Buch sollte ins Deutsche übersetzt und unter die Leute gebracht werden, damit wir beginnen, Amerika allmählich zu begreifen.

*

Nachsatz: In den USA kann man für ein geringes Aufgeld das *Autokennzeichen* seiner Wahl bei der Zulassungsbehörde beantragen. Weshalb es denn Autokennzeichen von Aaron bis Zymbali gibt. Und nicht selten enthalten die Autoschilder auch gleich eine ganze Botschaft. Kaum verwunderlich, dass es in einem so «religiösen» Land wie den USA auch endlos viele Schilder mit religiösen Botschaften gibt. Dieser Tage sah ich die definitive: *Get God!*

Religiöse Fernsehsendungen sind erfüllt von guter Laune. Sie feiern den Überfluss. Und ihre Hauptdarsteller werden gefeierte Berühmtheiten. Und obwohl das, was sie mitzuteilen haben, trivial ist, verzeichnen sie hohe Einschaltquoten – nein, gerade deshalb. Das Christentum ist eine anspruchsvolle, ernsthafte Religion. Wenn man es als leichte Unterhaltung darbietet, dann wird aus ihm eine ganz andere Art von Religion... Wie man im National Council (of the Churches of Christ) erkannt hat, besteht die Gefahr nicht darin, dass die Religion zum Inhalt von Fernsehshows wird, sondern darin, dass Fernsehshows zum Inhalt der Religion werden.

(Neil Postman, *Wir amüsieren uns zu Tode*, Frankfurt am Main 1985, S. 149ff.)
